

**INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL PARA
IMPULSAR LA MARCA DE "KRUSTACEO CASCARUDO"**

MODALIDAD TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO POR:

ROSA ANGELICA VILLAMIZAR VILLAMIZAR

C.C1093777285

DIRIGIDO POR LA DOCENTE:

MG. ADRIANA VEGA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL

PAMPLONA, 2023.

Resumen

El presente ensayo aporta al impulso de la red social *Instagram* en la ciudad de Pamplona, a través del marketing digital por medio del desarrollo de estrategias claras que fructifique las diversas posibilidades que genera esta herramienta, lo cual, sin duda, le dará grandes posibilidades de fortalecer el negocio “*Krustaceo Cascarudo*”, ubicado en la avenida Celestino Villamizar calle 2 No 4-64, y así generar impulso económico, social y cultural a sus habitantes.

De igual manera, el ensayo se centra en dar solución y evolución a una estrategia para analizar hasta dónde llega la eficacia de la plataforma de *Instagram* y comprobar si la publicidad bien ejecutada puede dar buen resultado para el beneficio no solo de la empresa sino también del cliente.

Abstract

This essay contributes to the promotion of the Instagram social network in the city of Pamplona, through digital marketing through the development of clear strategies that bring to fruition the various possibilities generated by this tool, which, without a doubt, will give great possibilities of strengthen the *Krustaceo Cascarudo* business, located on Celestino Avenue, and thus generate an economic, social and cultural boost for its inhabitants.

Likewise, the essay also focuses on providing a solution and evolution to a strategy to analyze how far the effectiveness of the Instagram platform reaches and check if well-executed advertising can give good results for the benefit not only of the company but also the client's.

Palabras claves: redes sociales, *Instagram*, Marketing, Marketing Digital, marca, posicionamiento de marca.

Keywords: social networks, *Instagram*, Marketing, Digital Marketing, brand, brand positionin

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR LA MARCA DE "KRUSTACEO CASCARUDO"	2
Historia de Pamplona	2
Historia del Restaurante “ <i>Krustaceo Cascarudo</i> ”	3
Importancia de Instagram para el marketing digital, en beneficio del restaurante “ <i>Krustaceo Cascarudo</i> ”	5
El poder de Instagram: Razones que lo hacen la elección ideal frente a otras redes sociales.....	7
Análisis DOFA enfocado en <i>Instagram</i> para impulsar la marca “ <i>Krustaceo Cascarudo</i> ”	11
Resultados del DOFA:	13
Navegando en la marea digital: un viaje crítico por el marketing en redes sociales.....	14
Optimización de Instagram en la Gastronomía Tradicional: Caso del ‘Krustaceo Cascarudo’ .	17
Presencia digital en Instagram del restaurante “ <i>Krustaceo Cascarudo</i> ”.	19
Conclusiones	21
Bibliografía.....	23
Anexos.....	25
Encuesta de Satisfacción del Servicio	25
Ficha Técnica General de la Encuesta.....	31

Índice de tablas

Tabla 1	26
Tabla 2	27
Tabla 3	28
Tabla 4	29
Tabla 5	30

Índice de gráficos

Gráfica 1.....	26
Gráfica 2.....	27
Gráfica 3.....	28
Gráfica 4.....	30
Gráfica 5.....	31

Índice de cuadros

cuadro 1.....	11
---------------	----

INTRODUCCIÓN

El presente ensayo se centra en cómo el restaurante “*Krustaceo Cascarudo*”, un negocio familiar en Pamplona, Colombia. Puede usar *Instagram* para mejorar su marketing digital. Se detalla la historia y la importancia económica y social de este restaurante, fundado por la señora Nelly Villamizar, destacando su crecimiento y adaptación a lo largo del tiempo. Se describe cómo el restaurante se inspiró en los personajes de la serie de televisión “*Bob Esponja*” y cómo evolucionó para ofrecer desayunos, almuerzos y comidas rápidas, especialmente a estudiantes universitarios.

El documento examina el impacto del marketing digital y las redes sociales en la promoción y el crecimiento de las marcas locales. A través de un análisis detallado y citas de varios expertos, se evalúa el potencial de *Instagram* como herramienta clave para la expansión y el reconocimiento de “*Krustaceo Cascarudo*”. El ensayo incluye un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) específico para Instagram, así como una revisión de la presencia digital actual del restaurante y sugerencias para su mejora.

En conjunto, este ensayo proporciona una mirada en profundidad sobre cómo “*Krustaceo Cascarudo*” puede emplear estratégicamente *Instagram* y otras tácticas de marketing digital. Destaca la imperativa necesidad de adaptarse a la era digital, aprovechando las redes sociales para fortalecer la marca, aumentar su visibilidad y mejorar la interacción con los clientes.

De igual modo, se enfatiza en la importancia de una presencia digital coherente, la cual se define como la consistencia y unidad en todos los canales digitales de la marca, asegurando que el mensaje, la estética y los valores de la empresa sean uniformes y reconozcan los objetivos y necesidades del negocio. Una presencia así resulta efectiva para el éxito y crecimiento sostenido de la marca en el futuro, proporcionando un marco útil no solo para ‘*Krustaceo Cascarudo*’, sino también para otras empresas que buscan expandir su presencia en el mundo digital.”

INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR LA MARCA DE "KRUSTACEO CASCARUDO"

Historia de Pamplona

Pamplona es un municipio de Colombia, ubicado en el departamento de Norte de Santander; en el pasado. Su economía está basada en la gastronomía, la agricultura, el turismo (especialmente el turismo religioso) y la educación. Se le conoce como la "Ciudad Mitrada", debido a que en ella se instauró la Arquidiócesis de Nueva Pamplona, la primera diócesis católica de la región nororiental del país (Bernal Villa, M. (1983).

“De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2023 Pamplona tiene 56,451 habitantes: 29,396 mujeres (52.1%) y 27,055 hombres (47.9%). Los habitantes de Pamplona representan el 3.3% "DANE. (2023). Proyecciones de Población 2023 - Pamplona, Norte de Santander” <https://www.dane.gov.co>.

Según datos de la Cámara de Comercio, Pamplona cuenta con 2.582 establecimientos de comercio incluyendo las sociedades, entre los cuales se encuentran centros comerciales, almacenes, droguerías, expendios de carne, restaurantes, negocios de comidas rápidas, ferreterías e instituciones educativas entre otros. En lo que atañe a este estudio, se encontró que existe en la actualidad 154 restaurantes y 15 negocios de comidas rápidas.

Pamplona en sus últimas décadas ha sido ejemplo por su desarrollo económico, producto de iniciativas de su gente; entre ellas, la señora Nelly Villamizar, quien es la pionera y propietaria de un establecimiento de comercio ubicado en la calle 2 No 4-64 Avenida Celestino Villamizar, llamado “*Krustaceo Cascarudo*”.

Historia del Restaurante “*Krustaceo Cascarudo*”

En este ensayo, se busca destacar el restaurante creado en casa de su propietaria en el año 2010, donde ha venido prestando sus servicios de venta de comidas a estudiantes principalmente. La señora Nelly Villamizar, asegura que “toda la vida viene trabajando con la comida, porque es bendita y siempre ha traído bendición a su casa”, por eso pese a todas las dificultades que ha tenido que enfrentar, como el aumento exagerado en los precios de algunos productos, trata de permanecer en la venta de comida, para aportarle al desarrollo económico y social de su querida ciudad.

Inicialmente se manejaba un solo empleado, y se complementaba el personal laboral con participación de algunos estudiantes quienes trabajaban por turnos, a cambio de su alimentación. El negocio fue creciendo debido a su variedad de menús y buena sazón; también a la publicidad del voz a voz de los clientes y estudiantes, producto de la satisfacción y gratitud con la señora Nelly Villamizar. Hoy día hay siete (7) empleados, y los ingresos han incrementado en un 40% aproximadamente, según su propietaria.

Hace años, los icónicos personajes animados de una serie de televisión llamada “Bob Esponja de Nickelodeon” dejaron una huella en la infancia de muchos niños alrededor del mundo, entre ellos, los cuatro hijos de la señora Nelly Villamizar, quienes desde pequeños soñaban con crear una hamburguesería inspirada en el famoso “*Krustaceo Cascarudo*”, donde cada uno adoptó el nombre de un personaje de la serie. Con el tiempo, estos jóvenes (sus hijos) han ayudado a consolidar la marca con su participación en las tareas diarias del restaurante.

Por otra parte, el fuerte del restaurante es la venta de desayunos, almuerzos y alimentación por mensualidad a estudiantes de la Universidad de Pamplona; y en la noche, sus principales productos son la venta de comidas rápidas (Hamburguesas, perros calientes, salchi-papas, patacon coallejero, maicitos, entre otros).

El principal objetivo de '*Krustaceo Cascarudo*', de acuerdo con lo establecido por la señora Nelly Villamizar, es ofrecer un menú económico y de calidad que contribuya a la buena nutrición de la clientela, generando a su vez empleo y rentabilidad para los inversores. La presencia en Instagram se identifica como el canal estratégico para fortalecer la imagen del '*Krustaceo Cascarudo*'.

A través de esta plataforma, se busca resaltar la accesibilidad y el valor nutricional de los platos, utilizando contenido visual atractivo y educativo que comunique los beneficios y la calidad de los alimentos ofrecidos. Se pone especial atención en garantizar que cada publicación en Instagram refleje los valores fundamentales del restaurante y satisfaga las expectativas de su audiencia, asegurando que la comunicación en esta red social esté sincronizada con su misión y visión corporativa.”

La inclusión de los horarios de atención de "*Krustaceo Cascarudo*", corresponde al almuerzo y cena, podría ser comunicada eficazmente a través de Instagram como parte de una estrategia de marketing digital proactiva. Según Tracy L. Tuten y Michael R. Solomon (2017), la sincronización de la publicación de contenido con los picos de actividad de los usuarios en redes sociales es esencial para optimizar la visibilidad y el engagement.

Por lo tanto, se sugiere que "*Krustaceo Cascarudo*" podría beneficiarse al adoptar esta práctica, informando a su audiencia sobre los horarios de servicio en los momentos de mayor interacción. Esta acción estratégica no solo aumentaría la relevancia del contenido compartido, sino que también facilitaría a los clientes la planificación de sus visitas, mejorando la accesibilidad y potencialmente incrementando la satisfacción del cliente.

Importancia de Instagram para el marketing digital, en beneficio del restaurante

“Krustaceo Cascarudo”

Instagram se ha convertido en una plataforma esencial para el marketing digital, con un enfoque creciente en el contenido de video como los Reels, que atraen a una audiencia amplia y comprometida. Según el Informe de Marketing de Instagram de HubSpot de 2023, los Reels tienen un alto retorno de inversión (ROI) y son populares entre los especialistas en marketing.

Además, la implementación de herramientas de Instagram Shopping ha probado ser efectiva, con un 94% de los comerciantes planeando mantener o incrementar su inversión en estas herramientas. Estas estrategias son fundamentales para aumentar la visibilidad de la marca, fomentar las relaciones con los clientes y conducir a un aumento en las ventas.

Por tanto, se recomienda que *‘Krustaceo Cascarudo’* adopte una estrategia de marketing en Instagram enfocada en estos elementos para expandir su alcance y fortalecer su presencia digital.

Conexión Visual: El Poder de Instagram en Reels

Instagram ha redefinido la interacción visual con los Reels, ofreciendo una ventana dinámica para *“Krustaceo Cascarudo”* destacar su propuesta culinaria y ambiental.

Compras Simplificadas: La Revolución de Instagram Shopping

Las herramientas de Instagram Shopping han transformado la manera de comprar en línea, brindando a *‘Krustaceo Cascarudo’* una oportunidad dorada para convertir seguidores en clientes.

Engagement Auténtico: Fomentando Relaciones Duraderas

Interactuar genuinamente con la audiencia es clave para el éxito en redes; *‘Krustaceo Cascarudo’* puede usar Instagram para fortalecer vínculos con su comunidad, incrementando la fidelidad de marca.

Innovación y Servicio: Atención al Cliente en la Era Digital

Incorporar Instagram como una extensión del servicio al cliente permite a ‘*Krustaceo Cascarudo*’ ofrecer un soporte rápido y eficaz, mejorando la experiencia general del cliente.

Estas referencias provienen del análisis de datos y tendencias actuales en marketing digital, respaldando la recomendación de que ‘*Krustaceo Cascarudo*’ adopte una estrategia de marketing en Instagram enfocada en Reels, Shopping, autenticidad en el engagement, e innovación en el servicio al cliente para fortalecer su presencia digital.

Por otra parte, siguiendo la visión de ‘*Krustaceo Cascarudo*’ de proporcionar un menú de calidad que contribuya a la nutrición de sus clientes, la presencia digital toma un papel fundamental. En este contexto, la utilización de plataformas como *Instagram* se convierte en un puente directo con la clientela, con el fin de captar mejor las preferencias y expectativas de nuestros visitantes, se lleva a cabo una encuesta estructurada que permite profundizar en el entendimiento de la experiencia del cliente, este proceso, meticulosamente diseñado, recopila información valiosa sobre la percepción de los clientes respecto a la calidad de los productos, el servicio y otros factores esenciales que definen la propuesta de valor del restaurante “*Krustaceo Cascarudo*”.

En cuanto a las imágenes desactualizadas, es crucial tener fotografías recientes que reflejen tanto la calidad como las mejoras implementadas en el menú, basadas en el feedback de los clientes. Las respuestas a la encuesta podrían convertirse en una serie de publicaciones que muestren cómo ‘*Krustaceo Cascarudo*’ escucha y actúa en base a las opiniones de sus clientes, lo que no solo puede mejorar la interacción con los seguidores actuales sino también atraer a nuevos clientes.

El poder de Instagram: Razones que lo hacen la elección ideal frente a otras redes sociales

La elección de *Instagram* frente a otras redes sociales se justifica por varias razones, pero las principales son las siguientes:

Según Aguiar (2022), “Instagram atrae a una audiencia universal de todas las edades, centrándose en contenido visual”. En vista que la interacción visual en esta plataforma se fomenta mediante *likes*, comentarios y comparticiones de contenido audiovisual, lo que puede generar un compromiso más profundo con la audiencia.

De igual forma, Kirilova Zlatinova (2020), habla sobre como “Instagram ofrece opciones de publicidad de pago altamente efectiva” y de igual manera habla como *Instagram*, es propiedad de Facebook, el cual permite a las empresas aprovechar las herramientas de publicidad de ambas plataformas y dirigirse a una audiencia más amplia. Debido a que esto significa que lo que se publica en *Instagram* puede aparecer automáticamente en Facebook cuando las cuentas están conectadas.

En el mismo sentido, en la actualidad el marketing digital se ha convertido en un componente esencial para el éxito de las empresas en las diversas plataformas disponibles, *Instagram* ha demostrado ser una herramienta poderosa para la promoción y consolidación de la marca.

“Esta red social permite llegar a una audiencia amplia y comprometida, y su conjunto de características, como los anuncios patrocinados, las historias y la interacción en tiempo real, ofrecen una oportunidad única para establecer una conexión auténtica con los seguidores” (Giuseppe Caltabiano, 2019).

De acuerdo a lo expresado aquí es preciso decir que *Instagram* brinda la oportunidad de llegar a una audiencia diversa, permitiendo así generar un mayor impacto y aumentar la visibilidad de la marca.

De igual forma:

Instagram se destaca por su alcance global. La plataforma cuenta con más de mil millones de usuarios en todo el mundo, y la diversidad de su audiencia proporciona una oportunidad sin precedentes para llegar a diferentes grupos demográficos (Katie Sehl, 2021).

Es por ello que la marca "Krustáceo Cascarudo" puede utilizar la segmentación de audiencia de *Instagram* para dirigirse a cualquier parte de la región, el departamento y el país. Específicamente a los amantes de las hamburguesas en su multiplicidad de presentaciones que pueda llegar a cualquier público en torno a sus gustos.

Un valor agregado al marketing en torno a, las características interactivas de *Instagram*, como las encuestas y las preguntas en las historias, permiten a la marca involucrar a los seguidores de manera activa. Esto crea una sensación de comunidad y pertenencia, lo que fortalece la lealtad a la marca. "Krustáceo Cascarudo" puede utilizar estas herramientas para recibir retroalimentación directa de sus seguidores, lo que en este sentido puede influir en la toma de decisiones y en la mejora de productos y servicios.

La publicidad en *Instagram*, en forma de anuncios patrocinados y publicaciones promocionadas, ofrece a "Krustáceo Cascarudo" una forma efectiva de llegar a un público más amplio. Los anuncios pueden ser altamente personalizables y dirigirse específicamente a grupos demográficos relevantes. Además, el sistema de análisis de *Instagram* asegura un seguimiento detallado de la efectividad de las campañas publicitarias, lo que permite ajustar estrategias en tiempo real para obtener los mejores resultados. Sin duda, para justificar la evolución de esta plataforma, es imprescindible mencionar a expertos en marketing digital que han destacado la influencia de *Instagram* en la publicidad, entre los que se pueden destacar:

Morocho Sarchi (2019) mencionó en su estudio sobre "*Instagram: usos y motivaciones de los jóvenes*" que esta red social ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial. 'Krustaceo Cascarudo' tiene ante sí una oportunidad dorada para capitalizar esta tendencia y expandir su alcance. Al enfocarse en esta plataforma, que es popular entre los jóvenes, el restaurante puede aprovechar las dinámicas visuales y sociales de *Instagram* para interactuar con su audiencia principal: estudiantes y docentes de la Universidad de Pamplona.

De igual manera, Johnson (2019), expresa en su documento (comunicación media) “¿cómo *Instagram* se ha convertido en una plataforma esencial para las estrategias de marketing y publicidad?”. Ya que su enfoque visual y la capacidad de llegar a audiencias altamente segmentadas han permitido a las empresas aumentar su visibilidad y compromiso con los usuarios.

Además, para ‘*Krustaceo Cascarudo*’, esto se traduce en una oportunidad invaluable para aumentar la visibilidad y el compromiso con su público objetivo, los estudiantes y docentes de la Universidad de Pamplona. La habilidad de *Instagram* para facilitar una interacción directa y genuina entre la marca y sus seguidores puede ser aprovechada por ‘*Krustaceo Cascarudo*’ para fomentar una comunidad más fuerte alrededor de su oferta culinaria. Al compartir historias y comentarios que resuenan con su audiencia, el restaurante puede mejorar la relación con sus clientes potenciales y actuales, alineando la percepción de su menú y servicios con las expectativas y necesidades de sus seguidores.

Así mismo, Montero Corrales (2020) señaló en su documento (un acercamiento hacia la apropiación y consumo de *Instagram* por parte de jóvenes universitarios) que “el estudio de las redes sociales entre los jóvenes se ha convertido en una línea de investigación en crecimiento”. Debido a que hay numerosas investigaciones al respecto, el “*Krustaceo Cascarudo*” se enfocara en la apropiación y consumo social de la tecnología la cual permite comprender cómo los jóvenes utilizan plataformas como *Instagram* e incorporan estas herramientas a su vida diaria.

Del mismo modo, Smith (2020), se refiere a *Instagram* “como una poderosa herramienta publicitaria para las empresas”. ‘*Krustaceo Cascarudo*’ podría utilizar *Instagram* para maximizar su visibilidad y atraer al público universitario local. Smith destaca la plataforma como una forma poderosa y creativa de marketing, lo cual es ideal para el restaurante, que puede destacar su menú y experiencias culinarias únicas. Al adoptar esta herramienta, ‘*Krustaceo Cascarudo*’ tiene la oportunidad de captar la atención de su audiencia principal a través de interacciones directas y promociones visuales, incrementando así el compromiso de los clientes y fortaleciendo su presencia en la comunidad local de Pamplona.

Con base a la experiencia se puede afirmar en un contexto nacional, que Pamplona está rezagada frente a grandes ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena entre otras; pues allí se maneja gran cantidad de negocios a través del Marketing Digital, prueba de esto es su gran desarrollo turístico y hotelero, incluyendo los negocios como restaurantes y comidas rápidas, tienen grandes flujos de clientes. Es por esto que es conveniente implementar esta clase de estrategia, para consolidar cualquier negocio, sobre todo en metrópolis con perspectivas de desarrollo sostenible y sustentable.

Análisis DOFA para impulsar la marca “*Krustaceo Cascarudo*”

Para identificar los problemas y oportunidades que enfrenta ‘*Krustaceo Cascarudo*’, se ha llevado a cabo un análisis DOFA. Los datos fueron recopilados a través de la encuesta que sera adjuntada en anexos.

cuadro 1

VARIABLES INTERNAS	VARIABLES EXTERNAS
DEBILIDADES	AMENAZAS
➤ Gestión Limitada de Redes Sociales y Plataformas Digitales: Esto sugiere que el restaurante no ha desarrollado completamente su presencia en línea, una herramienta esencial para la visibilidad del mercado actual. ➤ Dificultad para Crear y Difundir Contenidos en Redes: Hay una falta de contenido atractivo y regular que compromete la capacidad de atraer y retener a la audiencia en plataformas sociales. ➤ Desconocimiento en el Manejo de Pagos y Transferencias Virtuales: La adaptación a los sistemas de pago digital es esencial para la conveniencia del cliente, y la falta de ello puede limitar las ventas en línea y la facilidad de transacción. ➤ Bajo Flujo de Seguidores en Instagram: Indica que ‘<i>Krustaceo Cascarudo</i>’ no está alcanzando a una audiencia amplia en una plataforma clave para el marketing de restaurantes. ➤ Ausencia de Principios Corporativos Claros (Visión y Misión): Sin una guía estratégica definida, es difícil para el restaurante comunicar su identidad única y mantener la coherencia en todas las operaciones y estrategias de marketing.	➤ Competencia de restaurantes en la zona: Esto indica un mercado saturado donde ‘<i>Krustaceo Cascarudo</i>’ debe diferenciarse para captar y retener clientes. ➤ Interrupciones académicas frecuentes en la Universidad de Pamplona: Estos paros estudiantiles podrían disminuir temporalmente la afluencia de estudiantes, reduciendo la clientela regular del restaurante. ➤ Desaceleración de la economía del municipio: Una economía local en declive podría limitar el poder adquisitivo de los clientes potenciales y afectar las ventas. ➤ Ciudad pequeña y la rápida difusión de una percepción negativa o insatisfacción de los clientes: En una comunidad más reducida, cualquier opinión negativa sobre el servicio o la calidad puede propagarse rápidamente y dañar la reputación del negocio de forma más significativa que en una gran ciudad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
➤ Atención Eficiente al Cliente: Esto resalta la rapidez y calidad del servicio, lo que seguramente contribuye a una experiencia positiva para los comensales y puede convertirse en un factor decisivo para que los clientes elijan ‘<i>Krustaceo Cascarudo</i>’ sobre otras opciones. ➤ Receptivos a las Sugerencias del Cliente: La disposición para escuchar y actuar según los comentarios de los clientes muestra un enfoque orientado al cliente que puede mejorar continuamente la oferta del restaurante y adaptarse a las preferencias del mercado. ➤ Colaboración Sinérgica entre los Miembros del Personal: Un equipo unido que trabaja bien junto puede aumentar la productividad y la moral, lo que indirectamente mejora la experiencia del cliente. ➤ Ubicación Estratégica del Negocio: La accesibilidad y visibilidad del restaurante pueden atraer a más clientes, aprovechando el tráfico peatonal o la cercanía a puntos de interés. ➤ Menú Variado: Ofrecer una amplia selección de platos puede satisfacer una gama más amplia de gustos y preferencias, atrayendo a un espectro más diverso de clientes. ➤ Asepsia del Negocio: En el contexto actual, la higiene y la seguridad alimentaria son de suma importancia y pueden ser un fuerte atractivo para los clientes preocupados por la salud.	➤ Ampliación del Menú con Opciones Saludables y Variadas: Responde a la demanda creciente de comidas nutritivas y permite atraer a un segmento de mercado consciente de la salud, además de ofrecer variedad para satisfacer diferentes paladares. ➤ Aprovechamiento de Instagram para Impulsar la Marca y Mejorar las Ventas: Dada la naturaleza visual y la popularidad de Instagram, utilizar esta plataforma puede aumentar significativamente la visibilidad de ‘<i>Krustaceo Cascarudo</i>’, permitiendo mostrar su menú y ambiente de una forma atractiva y moderna. ➤ Realización de Eventos Especiales o Promociones para Atraer a Más Clientes: Eventos como noches temáticas, descuentos por tiempo limitado o menús especiales pueden generar interés y aumentar la afluencia de clientes. ➤ Alianzas Estratégicas con Negocios de la Misma Región: Colaborar con proveedores locales, otros restaurantes para eventos conjuntos o con empresas turísticas puede ampliar la base de clientes y crear sinergias que benefician a el ‘<i>Krustaceo Cascarudo</i>’.

Fuente: Elaboración propia

Resultados del DOFA:

El análisis DOFA para “*Krustaceo Cascarudo*” destaca aspectos cruciales que pueden ser aprovechados o mejorados para fortalecer la marca. En el ámbito de las debilidades, se identifica una gestión limitada de redes sociales y plataformas digitales, lo cual sugiere una oportunidad significativa para desarrollar una presencia en línea más robusta, la dificultad para crear y difundir contenido atractivo en redes, así como los desafíos en el manejo de pagos y transacciones virtuales, son áreas que requieren atención inmediata para mejorar la visibilidad y la facilidad de interacción con los clientes.

Las amenazas externas incluyen la competencia creciente en la zona y las interrupciones académicas frecuentes, lo que podría disminuir temporalmente la clientela regular, además, la desaceleración económica local y la posibilidad de una rápida difusión de percepciones negativas en una comunidad reducida, podrían afectar adversamente la reputación y las ventas del restaurante.

Por otro lado, las fortalezas del “*Krustaceo Cascarudo*” residen en la atención eficiente al cliente y la capacidad de ser receptivos a las sugerencias, lo que fomenta la lealtad de los clientes y mejora la experiencia del servicio, la colaboración sinérgica del personal y la ubicación estratégica del negocio son ventajas sustanciales que pueden ser capitalizadas para atraer a más clientes.

Las oportunidades son prometedoras, con la posibilidad de ampliar el menú para incluir opciones más saludables y variadas, aprovechando así la creciente demanda de comidas nutritivas. El uso estratégico de Instagram para impulsar la marca y mejorar las ventas puede ser particularmente efectivo, dada la naturaleza visual y la popularidad de la plataforma, eventos especiales y promociones, junto con alianzas estratégicas con otros negocios locales, pueden aumentar significativamente la afluencia de clientes y expandir la base de consumidores.

En conclusión, el análisis DOFA proporciona un marco estratégico para “*Krustaceo Cascarudo*”, destacando áreas clave para la mejora y expansión, al abordar las debilidades y amenazas mientras se capitalizan las fortalezas y oportunidades, el restaurante puede mejorar su posicionamiento en el mercado, aumentar su base de clientes leales y fortalecer su presencia en el ámbito digital.

Por otra parte, en una era donde la identidad se convierte en el epicentro del reconocimiento de marca, las empresas buscan tácticas innovadoras para diferenciarse y captar la atención de su audiencia objetivo. ‘*Krustaceo Cascarudo*’ se encuentra en una encrucijada similar, donde el aprovechamiento efectivo de la tecnología se torna imperativo para su crecimiento y sostenibilidad en el mercado. Frente a este escenario, surge una pregunta fundamental:

¿Cómo utilizar Instagram como herramienta de marketing digital para impulsar la marca de “*Krustáceo Cascarudo*”?

Navegando en la marea digital: un viaje crítico por el marketing en redes sociales

El análisis crítico es el proceso de examinar y evaluar las redes sociales en el contexto del marketing digital y la cual requiere una base sólida de conocimientos teóricos y empíricos, este ensayo se fundamenta en una extensa revisión bibliográfica que incluye estudios contemporáneos en el campo del marketing y la comunicación. Investigadores y profesionales han explorado las múltiples facetas de las redes sociales, desentrañando cómo estas plataformas remodelan las interacciones entre marcas y consumidores.

Al adentrarse en la temática del marketing y promoción de productos de comidas, como es el caso del ‘*Krustáceo Cascarudo*’, se hace evidente la necesidad de discernir y analizar las distintas variables y palabras clave que serán cruciales para el desarrollo de estrategias efectivas, entre estas variables, factores como la segmentación del público objetivo, la identificación de las plataformas de redes sociales más efectivas para alcanzar a ese público, y el tono de la comunicación adaptado al carácter distintivo del ‘*Krustáceo Cascarudo*’, juegan un papel fundamental.

Es esencial comprender el perfil demográfico de los seguidores, sus hábitos de consumo y las tendencias actuales para captar su atención. Además, la estrategia de contenido debe alinearse con la personalidad única y la propuesta de valor del personaje, lo que requiere un análisis detallado de su representación en los medios y la percepción del público, ampliar este análisis incluiría investigar cómo estas variables han sido abordadas en casos de éxito similares y cómo podrían ser ajustadas para maximizar el engagement y la lealtad de la audiencia hacia el ‘*Krustáceo Cascarudo*’.

En este orden de ideas se inicia con las redes sociales y es interesante explorar el pensamiento de Mark Zuckerberg (2022), sobre el uso de las redes sociales, él afirma que “la comunicación no es solo un lugar para pasar el rato” y sigue reafirmando que “es importante encontrar un equilibrio y aprovechar las redes sociales de manera productiva”.

Sin embargo, actualmente muchos jóvenes lo utilizan solo para pasar el tiempo y, a pesar de tener a sus familiares lejos, solo buscan distraerse y no aprovecharlo de manera útil. Además, en lugar de aprovechar su potencial para comunicarse, se inclinan hacia el entretenimiento, lo que revela una diferencia entre el propósito original de estas redes y cómo las utiliza la juventud actual.

De igual forma, en el contexto actual, según las observaciones de Tufekci (2019), las redes sociales se definen como “espacios conectivos”, “donde las relaciones y las interacciones digitales son fundamentales”. Esto subraya la evolución de estas plataformas en la última década, trascendiendo su función original como simples medios de comunicación para convertirse en espacios dinámicos que redefinen la forma en que las personas se conectan.

Por otra parte, se conceptualiza el *Instagram* de la siguiente manera:

“Instagram es una red social de compartición de fotos y videos que permite a los usuarios capturar momentos, aplicar filtros y compartir contenido visual con sus seguidores” (Kücklich 2018).

Es decir, que *Instagram*, como plataforma líder en redes sociales, se caracteriza por su énfasis en el contenido visual y la narrativa visual, al comprender que una imagen vale más que mil palabras.

De igual modo, El análisis de Van Dijck (2020) arroja luz sobre la naturaleza de *Instagram* como un “espacio de representación visual”. Este enfoque recalca la transformación de la plataforma hacia la predominancia de lo visual en la comunicación digital. Aquí, la estética y la creatividad ocupan un lugar central, evidenciando un cambio profundo en la forma en que las personas se expresan y relacionan en línea.

En cuanto a los objetivos de Instagram para ‘*Krustaceo Cascarudo*’, se alinean con los identificados por Chaffey (2019), “como aumentar la visibilidad de la marca y fomentar la interacción con la audiencia”. El restaurante utiliza Instagram no solo como una galería visual de sus ofertas sino también como una herramienta para fomentar conversaciones y construir una comunidad, lo cual puede traducirse en ventas y lealtad de marca.

Cada herramienta y uso de Instagram que se implementa en el “*Krustaceo Cascarudo*” y está diseñado para maximizar estos objetivos, haciendo de Instagram no solo un canal de marketing sino también una extensión de la experiencia del cliente con la marca.

De igual manera, se tiene en cuenta lo que son las herramientas y usos de *Instagram*: Según Tuten y Solomon (2020), las herramientas de *Instagram* incluyen publicaciones en las historias efímeras, *Reels* y anuncios pagados. Es decir, que los usos de *Instagram* pueden ser promocionar productos o servicios, crear contenido visual atractivo, interactuar con la audiencia y colaborar con influencers.

Por otro lado, el enfoque de Smith y Zook (2022) sobre el marketing en la era actual se centra en la creación de “experiencias inmersivas”. En este contexto, la marca “*Krustaceo Cascarudo*” emerge como una plataforma esencial (*Instagram*) para construir estas experiencias, superando la promoción convencional y generando una conexión emocional más profunda con la audiencia.

Esa audiencia esta complementada con lo que se le llama comunicación digital, la cual se ha convertido en un elemento trascendental en la estrategia de marketing de ‘*Krustaceo Cascarudo*’. En este sentido, la marca se sumerge en el paradigma comunicativo de Instagram, que, como destaca Kizskilóczy (2018), “empodera a los usuarios para que capturen y compartan experiencias visuales que resuenan con sus seguidores”.

“*Krustaceo Cascarudo*” utiliza esta capacidad para tejer una narrativa visual que va más allá de la simple promoción, buscando conectar genuinamente con su audiencia y fomentar una comunidad en torno a su propuesta gastronómica.

Así mismo, se define el marketing digital como:

“La aplicación estratégica de herramientas digitales para construir relaciones y generar valor. Instagram se destaca en este panorama, proporcionando un medio visualmente atractivo que va más allá de la mera promoción. Esto permite a las marcas establecer conexiones más profundas y significativas con su audiencia” (Kaplan y Haenlein (2023)).

Es decir, que esta narrativa visual, apoyada por las teorías de Kaplan y Haenlein, se convierte en una vía para forjar relaciones duraderas y valiosas con la clientela, fomentando así no solo el reconocimiento, sino también la lealtad hacia la marca “*Krustaceo Cascarudo*”.

Optimización de Instagram en la Gastronomía Tradicional: Caso del “*Krustaceo Cascarudo*”

Por último, se tiene a Treadaway y Smith (2021) que observan cómo las marcas utilizan Instagram para “conectar con audiencias específicas”. Por lo tanto, el “*Krustaceo Cascarudo*”, en una de sus facetas optimiza su uso de Instagram para cultivar una relación con un público definido (los entusiastas de platos tradicionales con un toque moderno).

Esta audiencia, que valora tanto la autenticidad como la innovación culinaria, encuentra en el perfil de Instagram del restaurante un espacio donde pueden sumergirse en la rica historia culinaria que “*Krustaceo Cascarudo*” ofrece mediante publicaciones que resaltan ingredientes locales, técnicas de cocina innovadoras y la historia detrás de cada plato, el restaurante consigue atraer a los clientes con intereses específicos.

Con base a lo anterior se concluye que *Instagram* ha demostrado ser un escenario propicio para el florecimiento de restaurantes a nivel global, se toma como ejemplo a ‘Shake Shack’, es un restaurante originario de Nueva York, EE. UU, que ha aprovechado la plataforma para mostrar su oferta gastronómica innovadora y su vibra urbana, consiguiendo un eco significativo tanto a nivel local como internacional.

Por otra parte, se tiene de referencia al restaurante ‘Taco Bell’, de Irvine, California, ha transformado su presencia digital empleando *Instagram* para interactuar de manera creativa con su audiencia, fomentando un aumento en el compromiso de sus clientes a nivel nacional.

Inspirado por estos gigantes de la industria, “*Krustaceo Cascarudo*” de Pamplona, Colombia, desea adoptar una estrategia similar en *Instagram* para resaltar la calidad y sabor único de sus platillos, contribuyendo notablemente a su reconocimiento en el departamento de Norte de Santander y más allá de sus fronteras regionales, demostrando el poder de la comunicación visual en la construcción de la identidad de marca y en la atracción de una base de clientes fijos.

Todo lo mencionado anteriormente es muy significativo dado que establece conceptos que permiten comprender mejor el papel de las redes sociales en la comunicación, la importancia de las conexiones digitales, el dar preponderancia a lo visual, el hacer gala de la creatividad, el cómo una idea de negocio precisa debe establecer ventanas con el mundo exterior al interactuar con los clientes, y aquí en este punto toca un importante elemento, el de las emociones, pues así como se compra con la idea de satisfacer necesidades, juegan un papel primordial, que ese futuro cliente se sienta atraído, y cree la necesidad de volver a un sitio donde se siente bien tratado, donde le ofrecen productos que él desea y a precios que compitan en calidad y servicio con otras ofertas similares.

Por otro lado, es preciso manifestar una idea opuesta, que pone en duda, si realmente las plataformas digitales podrían potenciar una idea de negocio como un restaurante ubicado en un sitio de una ciudad pequeña, pues sería prudente contemplar diversas variables, primero si se está dando información actualizada de los productos ofrecidos, o por el contrario el desconocimiento del uso de internet en una persona que no ha sido ciudadana digital, es decir, no nació en la era del internet, sepa adaptar su trabajo para que una plataforma digital con la velocidad que esto implica,

contempla los cambios vertiginosos que la autopista del mundo, se hace presente en su idea de negocio.

En el mismo sentido, es importante preguntar si sólo el uso de *Instagram* es suficiente y si la mayoría de personas habitantes constantes o flotantes de la ciudad Pamplona, hacen gala de esta plataforma, o sería más conveniente para el negocio, el uso de WhatsApp, Facebook, u otras posibilidades de marketing para su negocio o empresa.

Y en esta misma idea, es necesario preguntarse si el negocio ya contempla la posibilidad de que los clientes puedan pagar a través de medios electrónicos, o sólo se precisa del uso de plataformas para hacer publicidad.

Si bien es cierto el mundo moderno precisa de internet para funcionar, pues no existe empresa actual, llámese una empresa de servicios públicos, o una fábrica de productos para el hogar, fábrica de vehículos, empresas educativas, y un conglomerado de cosas que necesariamente funcionan gracias al internet, ahí se generan facturas, nóminas, datos, conexiones con cualquier parte del mundo en tiempo real, y por consecuente las empresas requieren de personas capacitadas que tengan además del conocimiento de computadores y equipos sofisticados, también la creatividad para competir en un mercado hostil.

Presencia digital en Instagram del restaurante “*Krustaceo Cascarudo*”.

Es decir, en un mundo cada vez más globalizado y dominado por grandes multinacionales, es importante considerar si la idea de negocio de comidas en una ciudad pequeña podría beneficiarse y obtener mayores ganancias a través del uso de plataformas digitales. Es allí donde se decide: entrar en este ámbito de ¿cómo impulsar la marca '*Krustaceo Cascarudo*' utilizando Instagram?, y se propone una estrategia integral que abarca diversas herramientas de marketing digital como la creación de contenido de alta calidad, con fotografías, videos que resalten la singularidad y la calidad de los platillos del restaurante.

Esta estrategia no solo busca captar la atención de los clientes potenciales, sino también crear una conexión emocional con ellos. A través de historias y publicaciones que muestren el proceso de preparación de los alimentos, los ingredientes locales y el equipo detrás del restaurante, se pretende generar una sensación de cercanía y autenticidad. De igual manera, publicar constantemente aumentara la visibilidad y fomentara el reconocimiento del restaurante. Por ejemplo, compartir fotos de clientes disfrutando de sus comidas puede crear una imagen positiva y accesible del restaurante “*Krustaceo Cascarudo*”.

El objetivo principal es aumentar el tráfico de clientes en el restaurante. Para lograrlo, se planificarán acciones específicas como la publicación regular de contenido interactivo, el uso estratégico de hashtags (#) para mejorar la visibilidad en *Instagram* y colaboraciones con influencers gastronómicos locales. Estas figuras, con su capacidad de influir en las decisiones de sus seguidores, pueden desempeñar un papel crucial en la promoción del restaurante.

Además, la implementación de campañas publicitarias dirigidas en *Instagram* permitirá alcanzar a un público más amplio. La segmentación de la audiencia se basará en intereses relacionados con la gastronomía y la cultura local, asegurando que los anuncios lleguen a aquellos más propensos a estar interesados en lo que ‘*Krustaceo Cascarudo*’ tiene para ofrecer. Las promociones exclusivas en la plataforma, como descuentos por tiempo limitado o eventos especiales anunciados únicamente a través de Instagram, buscarán convertir a los seguidores en clientes reales.

Para asegurar el éxito de estas tácticas, se establecerá un calendario de publicaciones y se realizará un monitoreo meticuloso del desempeño de cada una mediante las analíticas de *Instagram*. Esto permitirá hacer ajustes en tiempo real y garantizar que ‘*Krustaceo Cascarudo*’ maximice su retorno sobre la inversión en publicidad digital.

La combinación de estas herramientas mencionadas anteriormente permite acciones que forman un enfoque holístico que busca posicionar a ‘*Krustaceo Cascarudo*’ no solo como un restaurante de elección local, sino como una experiencia culinaria imprescindible en el ámbito digital, creando una identidad de marca fuerte y atractiva en un mercado cada vez más competitivo.

Conclusiones

En conclusión, la astucia en el manejo de Instagram se destaca como un pilar crucial para el progreso del '*Krustaceo Cascarudo*' dentro del ámbito competitivo de la gastronomía. La implementación de estrategias de marketing digital específicamente diseñadas para esta plataforma no solo promete un incremento en las ventas, sino que también augura un crecimiento exponencial en términos de visibilidad de la marca y fortalecimiento de su identidad digital.

Mediante la creación de contenido que captura la esencia visual y el alma del restaurante, y a través de campañas interactivas ingeniosas, tales como encuestas dinámicas en las historias de Instagram y concursos que invitan a los clientes a involucrarse y compartir sus experiencias culinarias, '*Krustaceo Cascarudo*' está en camino de forjar una conexión auténtica con su audiencia. Estas actividades no solamente amplifican el reconocimiento de la marca, sino que son fundamentales para cimentar una base de seguidores leales y comprometidos.

La metodología de investigación aplicada en este estudio, que incluye el análisis de la literatura especializada, trabajo de campo, entrevistas en profundidad y encuestas, ha permitido iluminar las áreas clave para el desarrollo y la expansión del '*Krustaceo Cascarudo*'. Este enfoque multifacético ha revelado cambios y ajustes estratégicos que son imperativos para elevar el perfil del negocio en el sector culinario de Pamplona. La señora Nelly Villamizar, con su enfoque centrado en la población estudiantil y los residentes de la ciudad, ha posicionado su negocio no solo como un establecimiento de comida, sino también como un espacio cultural y social relevante para la comunidad.

Mirando hacia el futuro, es esencial que '*Krustaceo Cascarudo*' mantenga su ímpetu innovador y siga adaptando su presencia digital para mantener un diálogo constante con su audiencia. Esto incluye renovar regularmente su narrativa visual, estar al tanto de las últimas tendencias en las redes sociales y responder a ellas de manera estratégica. Además, se recomienda encarecidamente realizar evaluaciones periódicas del impacto de estas estrategias digitales, utilizando métricas analíticas para afinar y mejorar continuamente la eficacia de la inversión en marketing digital.

En resumidas cuentas, este ensayo destaca con énfasis la trascendencia de construir y mantener una presencia digital que no solo refleje los valores y la esencia de '*Krustaceo Cascarudo*', sino que también sirva como un catalizador para su desarrollo y prosperidad a largo plazo.

La integración de estas prácticas no es un fin en sí mismo, sino una estrategia evolutiva que requiere adaptación, innovación y un compromiso inquebrantable con la excelencia y la satisfacción del cliente. Solo a través de un enfoque tan holístico y dedicado podrá '*Krustaceo Cascarudo*' continuar floreciendo en un mercado en constante cambio y asegurar su legado culinario para las generaciones futuras.

Bibliografía

- Aguilar, Y. (2022). Instagram atrae a una audiencia universal de todas las edades, centrándose en contenido visual.
- Bernal Villa, M. (1983). Pamplona, perspectivas en su estudio. 1 Ed. El Impresor, Bucaramanga, Colombia.
- Caltabiano, G. (2019). Título del artículo. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-en-las-redes-sociales/>.
- Chaffey. (2019). “E-branding, la importancia de la gestión de la reputación en línea”. Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- DANE. (2023). Proyecciones del DANE. Recuperado de <https://www.dane.gov.co>
- Johnson. (2019). Cómo Instagram se ha convertido en una plataforma esencial para las estrategias de marketing y publicidad.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2023). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”. En ¿Qué es Social Media? Recuperado de <https://www.alamarte.com/index.php/articulos/faq/que-es-social-media>.
- Kirilova Zlatinova. (2020). Instagram ofrece opciones de publicidad de pago altamente efectiva (p. 13). En Universidad Politécnica de Cartagena, Colombia.
- Kücklich. (2018). “Trabajar en plataformas de video: formas de desarrollo y organización de la actividad de productores”. Universidad Santo Tomás, Colombia, p. 77.
- Montero Corrales, L. (2020). Un acercamiento hacia la apropiación y consumo de Instagram por parte de jóvenes universitarios. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72967097006>.

- Morocho Sarchi, F. (2019). Instagram: Uso y motivaciones de los jóvenes (p. 12). Universidad de Complutense Madrid, España.
- Sehl, K. (2021). Título del artículo. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/demografia-de-instagram/>.
- Smith. (2020). La influencia de Instagram en la creación y reproducción del ideal de belleza femenino (pp. 1-17). Universidad de Salamanca, España.
- Tufekci. (2019). “Espacios conectivos”. Revista de Comunicación, 18(2). Estados Unidos.
- Tuten, & Solomon. (2020). Social Media Marketing. SAGE Publications Ltd.
- Van Dijck. (2020). “Análisis de Discurso”. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.
- Zuckerberg, M. (2012). “La comunicación no es solo un lugar para pasar el rato”. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/mark-zuckerberg>

Anexos

Encuesta de Satisfacción del Servicio

El objetivo central es comprender a fondo las expectativas y percepciones de los clientes en relación con aspectos clave como la rapidez del servicio, la calidad de los alimentos, el respeto y la cortesía del personal, así como la asepsia y limpieza del establecimiento.

1. ¿Qué mejoras sugiere en el servicio?

Rapidez _____ Respeto _____ Calidad _____ Asepsia _____

2. ¿Está satisfecho con el menú que se ofrece?

Sí _____ No _____

3. ¿Se siente cómodo de acuerdo al espacio físico?

Sí _____ No _____

4. ¿Cómo le parece el precio de los productos?

Altos _____ Aceptables _____ Cómodos _____

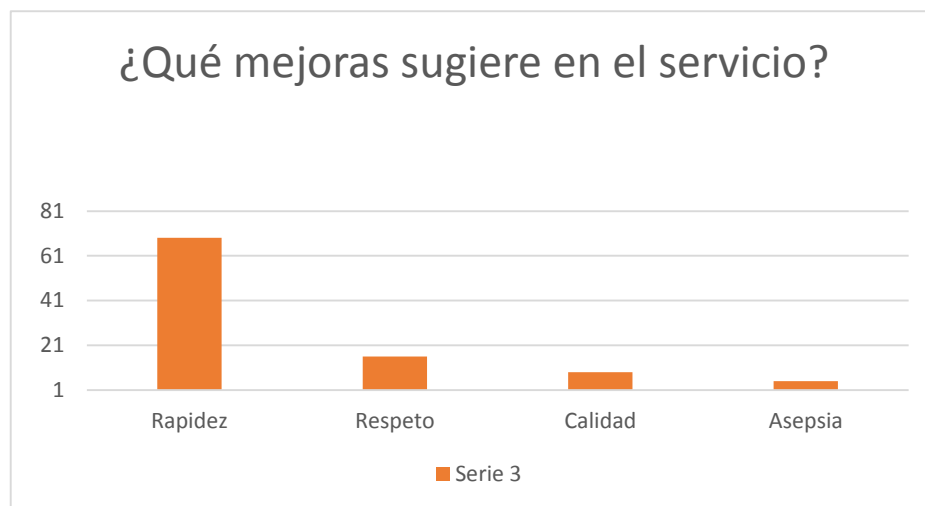
5. ¿Está Satisfecho con el horario de atención?

Sí _____ No _____

Tabulación de la encuesta

Tabla 1

Enunciado	Rapidez	%	Respeto	%	Calidad	%	Asepsia	%	Total, preguntas	Total %
1										
¿Qué mejoras sugiere en el servicio?	30	69.77	7	16.28	4	9.30	2	4.65	43	100



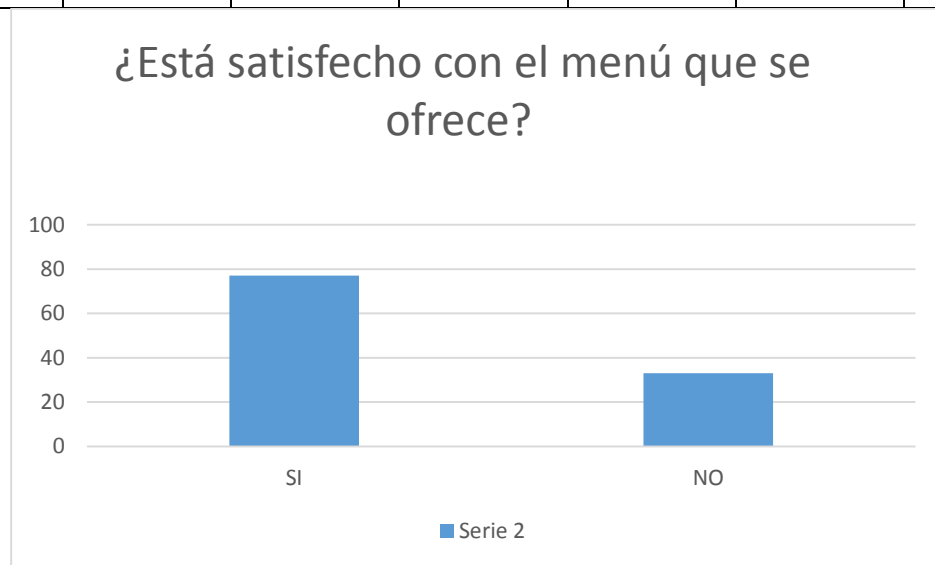
Gráfica 1

Fuente: Elaboración propia

Con relación a con la satisfacción hacia la rapidez del servicio, el 69.77% de los encuestados indicaron mejoras, reflejando la importancia de este atributo para la experiencia del cliente. El respeto y la calidad también fueron señalados como áreas para mejorar, obteniendo un 16.28% y un 9.30% respectivamente. Aunque en menor medida, la asepsia fue mencionada con un 4.65%, subrayando la relevancia de la higiene en la percepción general del servicio.

Tabla 2

Enunciado	Si	%	No	%	Total, preguntas	Total %
2						
¿Está satisfecho con el menú que se ofrece?	33	76.74	10	23.26	43	100



Gráfica 2

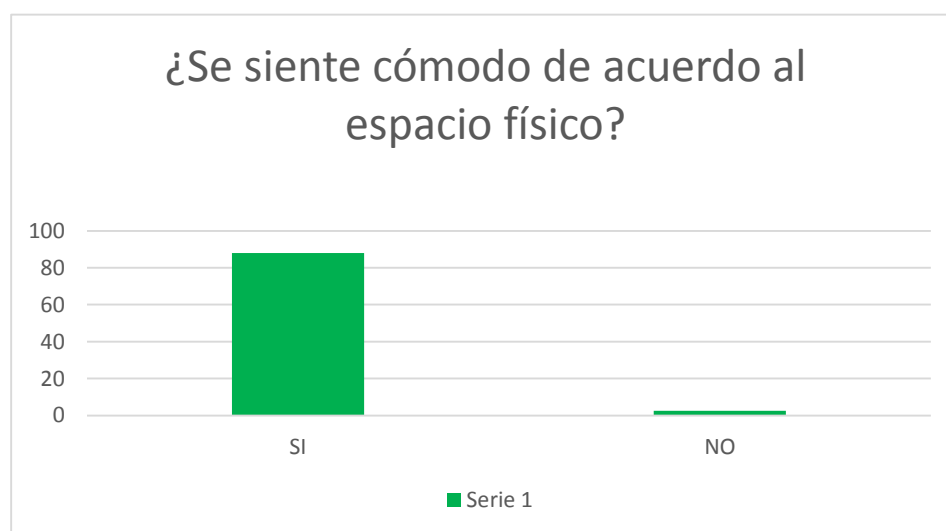
Fuente: Elaboración propia

La encuesta muestra que una mayoría significativa de los clientes, el 76.74%, están contentos con el menú de '*Krustaceo Cascarudo*', evidenciando un resultado favorable para el restaurante. Sin embargo, el 23.26% que no está satisfecho presenta una oportunidad clave para la mejora. Aunque la aceptación del menú es alta, atender las preferencias del grupo disconforme

podría resultar en mejoras que beneficien a toda la clientela, sugiriendo que una revisión del menú podría ser beneficiosa para aumentar la satisfacción general.

Tabla 3

Enunciado	Si	%	No	%	Total, preguntas	Total %
3						
¿Se siente cómodo de acuerdo al espacio físico?	38	88.37	5	11.63	43	100



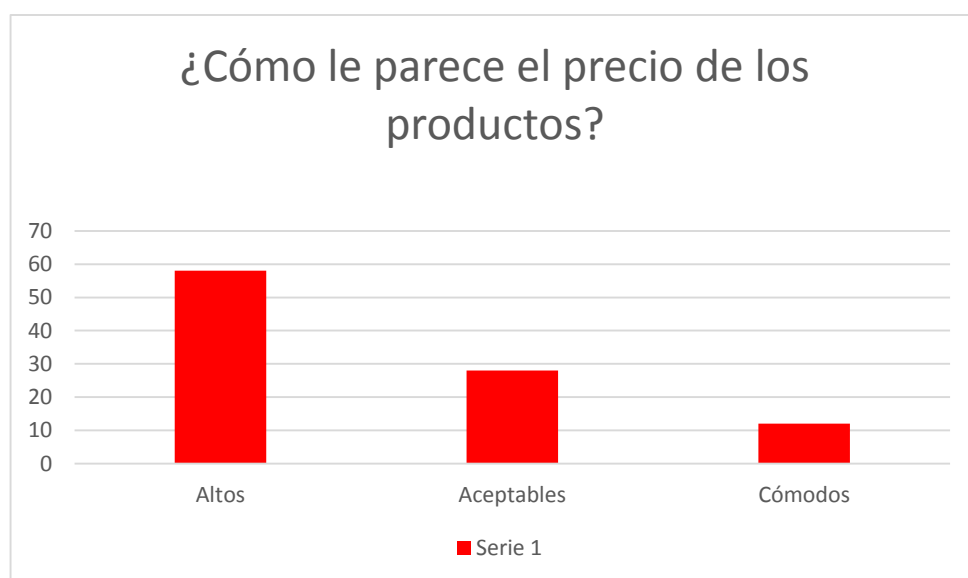
Gráfica 3

Fuente: Elaboración propia

La encuesta revela que la gran mayoría de los clientes, el 88.37%, se siente cómoda con el espacio físico de ‘*Krustaceo Cascarudo*’, lo que indica que el ambiente del restaurante cumple con las expectativas de los comensales. Sin embargo, un 11.63% de los clientes no está de acuerdo, lo que podría sugerir la necesidad de revisar aspectos del diseño interior o la distribución de los espacios para mejorar la experiencia total del cliente. Estos datos son cruciales para la gestión del restaurante ya que el confort en el espacio físico es un componente esencial de la satisfacción general del cliente.

Tabla 4

Enunciado	Altos	%	Aceptables	%	Cómodos	%	Total, preguntas	Total %
4								
¿Cómo le parece el precio de los productos?	25	58.14	12	27.91	5	11.63	43	100



Gráfica 4

Fuente: Elaboración propia

La encuesta muestra opiniones divididas sobre el precio de los productos de ‘*Krustaceo Cascarudo*’: un 58.14% los considera altos, un 27.91% aceptables y un 11.63% cómodos. Esto indica que mientras una parte de la clientela está satisfecha con los precios, existe una mayoría que podría percibirlos como una barrera. Este feedback es esencial para considerar ajustes en la estrategia de precios o en la comunicación del valor de los productos ofrecidos para alinear mejor las expectativas de los clientes con la propuesta de valor del restaurante.

Tabla 5

Enunciado	Si	%	No	%	Total, preguntas	Total %
5						
¿Está Satisfecho con el horario de atención?	40	93.02	3	6.98	43	100



Gráfica 5

Fuente: Elaboración propia

La gráfica y la tabla de la encuesta muestran que una abrumadora mayoría del 93.02% de los clientes está satisfecha con el horario de atención de ‘*Krustaceo Cascarudo*’. Este alto nivel de satisfacción sugiere que los horarios actuales del restaurante están bien alineados con las necesidades y preferencias de los clientes. Solo un pequeño porcentaje, el 6.98%, no está contento con el horario, lo que podría indicar casos específicos o necesidades particulares que podrían ser exploradas en mayor detalle. En general, el horario parece ser un punto fuerte del restaurante.

Ficha Técnica General de la Encuesta

Nombre de la Encuesta: Encuesta de Satisfacción del Servicio

Objetivo: El objetivo es evaluar las áreas de mejora en el servicio de comidas rápidas según la percepción de los clientes, identificando aspectos como la calidad de la comida, el tiempo de espera, la atención al cliente y la limpieza del establecimiento, con el fin de implementar acciones correctivas y brindar una mejor experiencia a los clientes.

Fecha de Aplicación: 25 de agosto al 5 de septiembre del año 2023

Población Encuestada: 43 personas (23 mujeres y 20 hombres).

Estratos Socioeconómico:

- Bajo-bajo.
- Bajo.
- Medio-bajo.
- Medio.
- Medio-alto.
- Alto.

Nivel de escolaridad: Bachillerato, pregrado.

Edades: 16 a 70 años de edad aproximadamente.

Resultados:

Tras analizar los datos de la encuesta de '*Krustaceo Cascarudo*', se observa una visión general positiva de los clientes hacia el restaurante. Un 93.02% aprueba los horarios de atención, evidenciando una estrategia de horario alineada con las necesidades de la mayoría de los clientes. En cuanto al espacio físico, un 88.37% se siente cómodo, lo que refleja un ambiente agradable y acogedor.

Sin embargo, hay áreas identificadas para mejorar: aunque la mayoría está satisfecha con el menú, un 23.26% de los clientes no lo está, lo que sugiere que se podría ampliar o ajustar la oferta para incrementar la satisfacción. Más crítico es el precio de los productos, ya que más de la mitad de los clientes lo consideran alto. Este aspecto es especialmente importante ya que la percepción del precio influye directamente en la decisión de los clientes de volver al restaurante.

En resumen, '*Krustaceo Cascarudo*' disfruta de una buena recepción en términos de horarios y ambiente, pero debe considerar seriamente la estructuración de precios y la optimización

de su menú para mejorar la experiencia del cliente y abordar las preocupaciones de precios. Estos cambios podrían conducir a una mayor satisfacción y lealtad del cliente a largo plazo.

Para establecer una conexión clara entre los resultados de la encuesta y el perfil de Instagram del '*Krustaceo Cascarudo*', es importante primero entender cómo estos hallazgos pueden influir y mejorar la estrategia de contenido en la red social.

La encuesta reveló que, si bien la mayoría de los clientes están satisfechos con los horarios y el ambiente del restaurante, hay una percepción de precios altos y una demanda por mejorar el menú. Este conocimiento es fundamental para la creación de contenido en *Instagram*, donde el restaurante tiene una base de seguidores formada principalmente por estudiantes y docentes de la Universidad de Pamplona. Para abordar la percepción de precios altos, se podría destacar la relación calidad-precio de los platillos, compartir ofertas especiales y promociones exclusivas para seguidores, lo que podría ayudar a cambiar la percepción del valor.